Roeland Wessels
Theo Lam
Jolanda Jansen

HOE LAAT IK MIJN KLANTEN KWISPELEN?

VETERINAIR COMMUNICATIEHANDBOEK

HOE LAAT IK MIJN KLANTEN KWISPELEN?

VETERINAIR COMMUNICATIEHANDBOEK

Roeland Wessels
Theo Lam
Jolanda Jansen

Hoe laat ik mijn klanten kwispelen? © 2013

TEKST EN BEELDREDACTIE
Roeland Wessels, Theo Lam, Jolanda Jansen
www.hoelaatikmijnklantenkwispelen.nl

ONTWERP EN BEELDREDACTIE
Steffen Maas, Rotterdam

FOTOGRAFIE OMSLAG EN BOEKDELEN
Wiesje Peels, Breda

VETERINAIRE FOTOGRAFIE
Geert Bistervels, Dalfsen

EINDREDACTIE
Ronald Spaak, Nijmegen

UITGEVER
Communication In Practice, Nijmegen

DRUK EN AFWERKING
Rikken Print, Gendt

ISBN 978-90-9027491-1

2e druk | oplage 750

De makers hebben hun best gedaan de rechthebbenden van het gebruikte beelmateriaal te achterhalen. Eenieder die rechten meent te ontlenen gelieve zich te vervoegen bij de auteurs.

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd zonder toestemming van de auteurs.

INHOUD

VOORWOORD 4

OVER DIT BOEK 6

DEEL 1 BOUWSTENEN EN ACHTERGRONDEN
1 De basis 16
2 Goed om te weten 28
3 Mogelijkheden en middelen 40
4 Nieuwe media 54

DEEL 2 KLANTGERICHTE PRAKTIJKCOMMUNICATIE
5 Het klantgesprek 70
6 De klik met je klant 86
7 Communiceren over knaken 96
8 Slechte tijden, goede tijden 106
9 Presenteren kun je leren 118
10 Puntjes op de i 130

DEEL 3 BUITEN WINNEN BEGINT BINNEN
11 Samen sterk 144
12 Interne organisatie 156
13 Collega of concurrent? 172

DEEL 4 JIJ EN DE MAATSCHAPPIJ
14 Niet alleen op de wereld 188
15 Maatschappij en media 196
16 Help, de dokter verzuipt! 208

EN NU? 220

AUTEURS 222

TREFWOORDENLIJST 224

WEBLINKS 227

DANKJEWEL 228

VERDER LEZEN 228

VOORWOORD

U staat op het punt te beginnen in een opmerkelijk boek. Een monumentaal en praktisch gericht werk over communicatie binnen de diergeneeskundige praktijk in het algemeen en over communicatie tussen dierenarts en de eigenaar van het dier in het bijzonder.
Een 'must' voor de moderne practicus. De tijd dat het woord van de dierenarts 'wet' was en boven iedere twijfel verheven is al lang voorbij. Cliënten moeten begripvol worden overtuigd met valide argumenten, de adviezen moeten beklijven en de eigenaar van de patiënt moet een goed gevoel overhouden aan het consult en aan de daarbij passende vergoeding.

Dr. Maarten Th. Frankenhuis
· Oud hoogleraar Bedrijfspluimveegeneeskunde
· Oud dierentuindierenarts en oud directeur *Natura Artis Magistra*

Het lot van de mens is onverbrekelijk met dat van het dier verbonden. Dat is in onze eeuw niet anders dan 1000, 100.000 of een miljoen jaar geleden. Ten gevolge van de menselijke expansiedrift is niet alleen het wilde dier grotendeels uit onze leefomgeving verbannen, door intensivering binnen de veehouderij houden ook de meeste landbouwhuisdieren zich tegenwoordig binnenshuis op. We zijn vervreemd geraakt van de diersoorten waar wij ooit 'brood' in zagen, en zien hun lichaamsdelen dan ook het liefst onherkenbaar verpakt op de schappen van het grootwinkelbedrijf. Hoe ze werden grootgebracht, gedood, geslacht en verwerkt willen we het liefst helemaal niet weten. Een natuurlijke mens-dierrelatie is veelal ver te zoeken. We moeten de 'oergevoelens' uit ons verre jager-verzamelaar verleden proberen zoet te houden met aaibare domesticatieproducten als honden, katten en hamsters.

Nog steeds zijn we het er niet over eens wanneer precies onze voorouders de meeste tijd op twee benen door brachten. Was dat bijna vier miljoen jaar geleden toen *Australopithecus afarensis* zijn voetafdrukken vereeuwigde in Oost-Afrikaanse modder of ligt dit moment vroeger? In ieder geval is de overgang van vier poten naar het lopen op twee benen niet alleen de vermoedelijke oorzaak van veel lage rugklachten en knieslijtage, maar gaf het hoofd ook een andere stand ten opzichte van de rest van het lichaam. Hierdoor — zo wordt vermoed — ontstond meer ruimte voor de uitgroei van het strottenhoofd, resulterend in een meer uitbundig en gevarieerd gebruik van geluid, in ons geval spraak genoemd.

Daardoor is onder de zoogdieren alleen de mens in staat de klinkers i, a en u voort te brengen, onmisbaar bij het communiceren van begrippen als leerzame literatuur over communicatie, dierenarts en behandelingsadvies. Enkele generaties later werd ons arsenaal aan communicatiemiddelen aangevuld met drukwerk als dit uiterst leerzame boek over communicatie voor dierenartsen, en nog weer later met radio, televisie, telefoon en computers. Dieren en planten hielden het bij het oude. In Van Dale wordt spraak gereserveerd als communicatiemiddel voor de mens.

Ik ben er van overtuigd dat dit boek een sinds onheugelijke tijden bestaande leemte opvult en een onmisbare handleiding zal zijn voor dierenartsen en paraveterinairen. Dat niet alleen dierenarts en cliënt van dit boek mogen profiteren, maar dat bovenal ook de onmondige en afhankelijke patiënt er een gezonder leven door moge genieten.

Maarten

OVER DIT BOEK

Een communicatiehandboek speciaal voor dierenartsen? Ja zeg! Ik ben toch dierenarts geworden om dieren beter te maken en niet om communicatie-expert te worden?! Dat gaat waarschijnlijk toch even door je hoofd als je de titel van dit boek leest: *Hoe laat ik mijn klanten kwispelen?* Het moet niet gekker worden... Parkeer deze gedachte even. Dit boek is niet geschreven om je een ander beroep te laten kiezen. Dit boek helpt je een completere dierenarts te worden. Goed met dieren en beter met mensen. Tevreden klanten, contente collega's en een praktijk die klaar is voor de uitdagingen van de toekomst. Hoe leuk is dat?

WAAROM DIT BOEK?

De maatschappelijke positie van het dier verandert en daarmee ook de positie van de dierenarts. Van waakhond naar volwaardig gezinslid. Van Ot en Sien-veehouderij naar intensieve veehouderij en misschien wel weer terug. Of je nu gezelschapsdierenarts, paardendokter of landbouwhuisdierenpracticus bent, de uitdagingen zijn groot. Maar dat geldt ook voor de kansen. Het beroep biedt unieke mogelijkheden om mee te liften op het stijgende maatschappelijke succes van het dier. Hondentrainers, kattentherapeuten, paardenfluisteraars, rundvee-adviseurs en varkensexperts spelen hier al op in. Aan de slag dus, want de jacht op de tevreden klant én de tevreden maatschappij is begonnen!

ACTIEPLAKKERS EN AANDACHTPAKKERS

Heb je die memoblaadjes gezien? Die zijn bedoeld om je te helpen. Tijdens het lezen krijg je vast het "oh-ja, dat zouden we eigenlijk eens moeten doen" gevoel. Om te voorkomen dat het daarbij blijft, dagen we je uit om deze plakkers te gebruiken. Schrijf je voornemen meteen op als je dat 'oh-ja gevoel' hebt. Als je dit boek uit hebt kun je je voorgenomen acties eenvoudig op een rij zetten. Bespreek ze met je collega's en plak ze op je centrale memobord. Elke actie die je vervolgens kunt afvinken en elk memoblaadje dat je in de prullenbak kunt gooien is een mooi kwispelmoment. Een stap verder naar succes!

HET TWEEDE SCHERM

Dit is een boek met bewegende beelden. Hier en daar tref je een QR-code aan, de moderne barcode, die je direct naar internet leidt. Door de **QR-code** te scannen met je smartphone of tablet kom je terecht bij door ons geselecteerde interessante achtergrondinformatie, filmpjes of websites. Je moet daarvoor wel een QR-scanner hebben geïnstalleerd. Maar dat is voor jou, als toekomstgerichte dierenarts, vast een fluitje van een cent. En anders helpt je jongste (klein)kind graag.

QR-CODE SCANNEN
PROBEER HIER OF JE MET JE TABLET OF SMARTPHONE CONTACT KUNT MAKEN MET DE WEBSITE VAN DIT BOEK.

KLEINE LETTERTJES

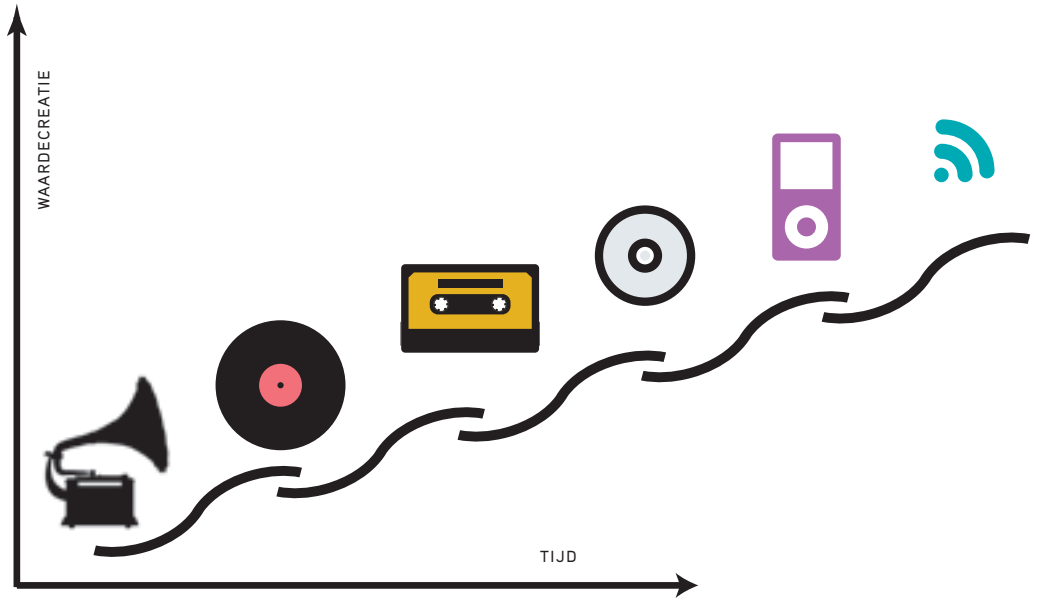
Even een paar dingen vooraf. In dit boek spreken we over de dierenarts-practicus in de mannelijke vorm, maar daar bedoelen we natuurlijk ook alle vrouwelijke dierenartsen mee. Dierenarts (m/v) dus. Het boek is niet alleen voor practici bedoeld, al is het wel de belangrijkste doelgroep. Anderen, zoals paraveterinairen, praktijkmanagers en dierenartsen buiten de praktijk, kunnen natuurlijk ook hun voordeel doen met dit boek. Graag zelfs. We tutoyeren in dit boek. Gewoon omdat het lekker leest. We gebruiken veel Engelse termen. Geen mooi taalgebruik misschien, maar in de moderne communicatiewereld ontkomen we er niet aan wil het leesbaar blijven.
We're sorry...

Hier en daar gebruiken we praktijkvoorbeelden die je misschien bekend voorkomen. Elke gelijkenis met bestaande situaties of personen berust op louter toeval. We laten zien wat mis kan gaan, waar het beter kan en waarom communicatie zo'n belangrijke vaardigheid is geworden in het prachtige dierenartsenvak. Een competentie waar je waarschijnlijk nauwelijks onderwijs in hebt gehad. Is dat dan nodig? Wij vinden van wel.

DE VERANDERENDE ROL VAN DE DIERENARTS: VAN DOKTER VLIMMEN NAAR VERA VETERINAIR

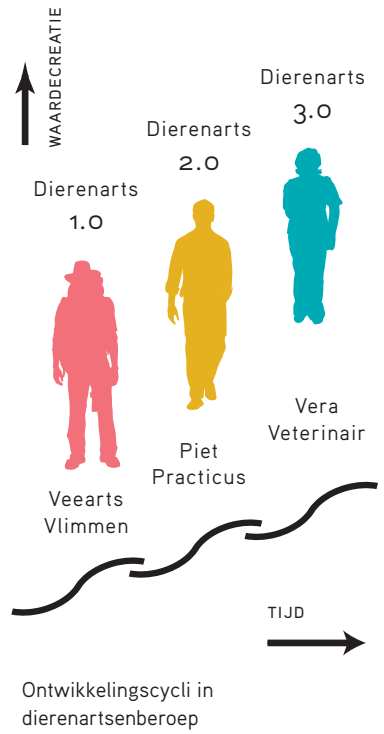
Elk product kent zijn eigen levenscyclus. Het begint met veel inspanning en weinig resultaat. Zit het mee, dan slaat het aan en wordt het een succes. Als het product echter niet met zijn tijd meegaat, gaat de verkoop achteruit en sterft het uiteindelijk een stille dood.

Denk bijvoorbeeld maar eens aan de ontwikkeling van de muziekindustrie. De cd-speler van weleer is allang ingehaald door de iPod van vandaag.

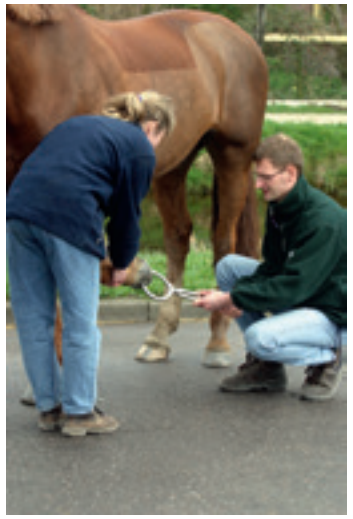


Ontwikkelingscycli in muziekindustrie

Hetzelfde geldt ook voor beroepen. Als die niet met hun tijd meegaan dan verliezen ze hun bestaansrecht. Wie kent vandaag nog een blikslager, zeepzieder of marconist? Ook het beroep dierenarts kent deze ontwikkeling. Voor de Tweede Wereldoorlog was de dierenarts Dokter Vlimmen. Een vooraanstaande notabele in het dorp. **Dierenarts 1.0**, zullen we maar zeggen.
Na de oorlog werd dat Piet Practicus, die als **dierenarts 2.0** een grote rol speelde in de ontwikkeling van de agrarische sector en in de steeds groter wordende populariteit van gezelschapsdieren. 'Massa is kassa', zo luidde het devies en 'inzet is omzet'. Piet had vooral klinische ambities en de inkomsten daaruit leken eigenlijk vanzelf te komen. Dieren beter maken én geld verdienen waren de voornaamste doelen van de dierenarts in deze tijd. Ook deze ontwikkeling loopt op zijn einde en de transitie naar een nieuwe rol voor de moderne veterinair krijgt vorm. De dierenarts vindt zichzelf opnieuw uit. Piet Practicus wordt Vera Veterinair. Vera heeft naast klinische en commerciële ambities, ook oog voor maatschappelijk verantwoord ondernemen. De **dierenarts 3.0** heeft sociale ambities en hecht aan een goede balans tussen werk en privé. MVO: Mens, Vakvrouw én Ondernemer.



Ontwikkelingscycli in dierenartsenberoep



Communicatie is het sleutelwoord. Van Vlimmen's: "Je moet doen wat ik je zeg!", via Piet's: "Wat kan ik voor u doen?", naar Vera's: "Hoe komen we samen tot de juiste oplossing voor uw dier?" Van directief naar dialoog. Want klanten willen steeds meer betrokken worden en geloven je niet meer op je mooie blauwe ogen of je autoriteit. Soms heeft de eigenaar zelf via internet de diagnose al gesteld, of weet de veehouder je te vertellen dat andere adviseurs je tegenspreken. Het spuien van veterinaire kennis is niet meer voldoende om geloofwaardig over te komen. Je zult dus aandacht moeten besteden aan communicatievaardigheden en communicatietechnieken. Want je wilt toch dat je adviezen beklijven, als nuttig worden gezien, worden toegepast én tot rendement leiden. Dat gaat niet vanzelf...

LEARNING BY DOING

Communiceren kunnen we toch allemaal? Tja, we doen het allemaal, maar of het altijd goed gaat? Meestal leer je het in de praktijk. Door soms flink je neus te stoten. Met vallen en opstaan. Op basis van de goedbedoelde huis-tuin-en-keukentips van collega's en eigen ervaringen. Maar communicatie is een vak, een wetenschap met talloze regels en wetmatigheden. Onderwerp van *state of the art* onderzoek op universiteiten. Dat leer je niet in één dag en zeker niet door alléén maar dit boek te lezen. Dit boek geeft je wel een beter inzicht in de processen die er bij horen. Want hoe krijg je het voor elkaar dat die hondeneigenaar zijn dier nu eindelijk eens fatsoenlijk ontwormt? Of dat die melkveehouder je diergezondheidsadviezen gaat toepassen? Uiteindelijk communiceren we allemaal met een doel, we willen er iets mee bereiken. Belangrijk is dat je dat op een efficiënte manier doet. Daar draait het uiteindelijk om.

HOE IS DIT BOEK OPGEBOUWD?

We starten in deel 1 met de basis, de bouwstenen en achtergronden. Goede communicatie heeft een anatomie. Deze anatomie kennen is de belangrijkste voorwaarde om er succesvol mee om te gaan. De anatomie van communicatie is gebaseerd op een aantal principes. Dat zijn richtlijnen en modellen die je houvast geven in communicatieprocessen. Net zoals je kennis van de anatomie van de kat je houvast geeft bij het uitvoeren van een sterilisatie. De eerste hoofdstukken gaan over deze basisprincipes, de praktische regels die daaruit voortvloeien en de mogelijkheden en middelen die je ter beschikking staan. Elk medium heeft zijn eigen voor- en nadelen en het kiezen van het juiste middel is vaak een hele puzzel. Ga je in gesprek met je klant, of stuur je een nieuwsbrief? Organiseer je een EHBO-cursus voor paardeneigenaren? Of een studiereis voor varkenshouders? Ook nieuwe media komen in dit deel aan bod. Wat is de waarde van websites, e-mail en sociale media?

In het volgende deel gaan we in op de praktijk: praktijkgerichte klantcommunicatie. Het persoonlijke gesprek met de klant wordt uitgelicht, omdat het misschien wel het belangrijkste communicatiemiddel van dierenartsen is. Dat klantgesprek is je dagelijkse werk en is een zeer krachtig communicatiemiddel. Realiseer je je dat wel voldoende? Hoe kun je deze communicatie verfijnen, zodat je klanten en jijzelf nog meer tevreden worden? Hoe krijg je de klik met je klanten? Praten over geldzaken is daarbij een belangrijk onderdeel. Ook komt aan de orde hoe om te gaan met lastige situaties en emoties, zoals in slechtnieuwsgesprekken, woede of verdriet. Vervolgens bespreken we hoe je een goede presentatie geeft en organiseert. Ten slotte zetten we de puntjes op de i en laten we je zien hoe je verschillende typen klanten onderscheidt en benadert.

Behalve de externe communicatie met klanten is ook de interne praktijkcommunicatie van groot belang voor het succes van je werk. In het derde deel besteden we daar aandacht aan. Eén praktijkteam, samen sterk. Alleen bij een optimale samenwerking en een juiste structuur en cultuur binnen het team kom je tot succes en werkplezier. Buiten winnen begint binnen. We bespreken vragen zoals: “Hoe zorg je voor teamspirit, hoe haal je de juiste mensen binnen en hoe zorg je dat ze blijven?” Vraag je je af hoe andere praktijken dat doen en hoe je misschien van hun ervaring kunt leren? Of zie je hen alleen als concurrent? En hoe ga je om met andere adviseurs in ‘jouw’ markt? Allemaal vragen die in dit deel van het boek aan de orde komen.

In het vierde deel ten slotte praten we over de ‘buitenwereld’, jij en de maatschappij. Je bent er niet met het goede klantgesprek, de maatschappij vindt er ook wat van. De tijd dat je dat naast je neer kon leggen zolang de klant maar tevreden was, is echt voorbij. De invloed van de media op de maatschappij is enorm. Of je het leuk vindt of niet, jouw imago wordt daar voor een groot deel door bepaald. Het laatste hoofdstuk van deel 4 gaat over crisiscommunicatie. Wat als de zaken uit de hand lopen, *when the shit hits the fan*? Zoiets kan ontstaan door je eigen toedoen, door toedoen van anderen of door Moeder Natuur. De *ins* en *outs* van crisiscommunicatie worden besproken. Denk aan uitbraken van dierziekten, maar het kan ook dichter bij huis zijn, bijvoorbeeld wanneer iemand in je praktijk een ongeluk overkomt.

REACTIEF

CREATIEF

NOG EVEN DIT

We komen nu weer terug bij het begin van deze inleiding. “Ik ben dierenarts geworden om dieren beter te maken, en niet om communicatie-expert te worden.” Voor de dierenarts 3.0 betekent betere communicatie echter dat je dieren juist nog beter helpt. En dan ook nog op zo’n manier dat de diereigenaar jou nog meer waardeert. Patiënt blij, cliënt blij, jij blij. Kan het mooier?

Beter communiceren vraagt inzet, de wil om te veranderen en vooral ook doorzettingsvermogen. Belangrijk is om niet **reactief** te zijn en te denken “vroeger was alles beter”, maar juist **creatief** te zijn en van elk probleem een kans te maken. Maak zelf dat verschil en stel je positief op. Je zult merken dat anderen dit voelen en oppikken. Enthousiasme werkt aanstekelijk. Probeer bij het lezen van dit boek dus afscheid te nemen van de eerste voor de hand liggende ‘Ja, maar’-reactie, als het gaat over de veranderende rol van de dierenarts of over wijzigingen in je praktijkvoering. Probeer ‘Ja maar’ eens te vervangen door ‘Nou én’. Dan zie je dat elk probleem een oplossing heeft, die vaak begint bij jezelf. Wees Creatief in plaats van reaCtief. Dat is niet zo moeilijk, als je de goede plaats van de C weet te vinden. En laat dat nu net de C zijn van communicatie.

TEN SLOTTE

Dit boek is geen wetenschappelijke publicatie, noch pretendeert het de oplossing te zijn voor al je communicatieproblemen. Geen bijbel dus, maar een eenvoudige reisgids door communicatieland. Dit boek helpt bij het verbeteren van je communicatiekennis en hopelijk daarmee ook je communicatievaardigheden. Dierenarts 3.0 of misschien nog wel meer…

MENU VAN DE DAG

CREATIEF	REACTIEF
Blij	Chagrijnig
Gelukkig	Negatief
Plezierig	Boos
Grappig	Lamlemdig
Positief	Agressief
Lachen	Wrokkig
Aardig	Vijandig
Opgewekt	Ontevreden
Speels	Desinteresse
Betrokken	Opstandig
Gestimuleerd	Ongeduldig
Vriendelijk	Terughoudend
Aanwezig	Bang
Gedreven	Lui

Maak bewust je keuze!